2018/04 Inland

https://www.jungle.world/artikel/2018/04/soft-skill-zynismus

Das Münchener Unternehmen Social Bee wirbt mit einer fragwürdigen Kampagne für die Integration von Geflüchteten in den deutschen Arbeitsmarkt

Soft Skill Zynismus

Von **Julia Pustet**

Das Münchner Start-Up-Unternehmen Social Bee wirbt mit einer neuen Kampagne dafür, Geflüchtete in Firmen einzustellen. Was zunächst nach einem sinnvollen Ansatz klingt, bringt eine internalisierte Menschenverachtung auf den Punkt.

Auf vier Plakaten und in zwei Videos werden Geflüchtete porträtiert, die, wie in einem Anschreiben mit gängigerweise behaupteten Fähigkeiten, für sich werben: “Ich bin zielorientiert”, “Ich bin teamfähig”, “Ich bin stressresistent”, “Ich bin belastbar.” Die genannten Eigenschaften werden in knappen Sätzen aus der jeweiligen Fluchtgeschichte der Männer begründet. Der Slogan der Kampagne: “Soft Skills can come the hard way”.

Die Werbeaktion von Social Bee ist jedoch nicht einfach “provokativ”, wie die Süddeutsche Zeitung sie bezeichnet. Sie ist zynisch in einem Maße, das außerhalb linker Kreise bisher kaum für Empörung zu sorgen scheint. Es steht außer Frage, dass Teilhabe am Arbeitsmarkt für viele Geflüchtete eine der wenigen Chancen auf relative finanzielle Unabhängigkeit und soziale Teilhabe ist. Und es ginge auf Kosten Geflüchteter, aus linker Perspektive ausgerechnet ihnen abzuverlangen, die Verknüpfung von Lohnarbeit und Selbstwertgefühl aufzubrechen und sich zum revolutionären Subjekt zurechtromantisieren zu lassen – zu allerletzt von deutschen Studilinken, die ihren Kopf selbst in jeden Arsch zu stecken bereit sind, dessen Inhaber einen Halbjahresvertrag über einen unterbezahlten Aushilfsjob im Kreativbereich in Aussicht stellt.

> Sie wollen anderen wirklich helfen. Sie sind gute Menschen, deren neoliberal geformte Menschenverachtung so internalisiert ist, dass sie Paternalismus mit Altruismus verwechseln und Anpassung mit Fortschritt.

Die Werbeabteilung von Social Bee muss sich solche Gedanken natürlich nicht machen, da man bekanntlich auch ohne die Beschäftigung mit der Theorie des Mehrwerts problemfrei durchs BWL-Studium kommt. Man ist geneigt, die mit der Kampagne betrauten social entepreneurs um ihren scheinbar ungebrochenen Glauben an den eigenen Altruismus zu beneiden. Denn während die Integration in den Arbeitsmarkt auf Stufe einfacher Hilfsarbeiten und ungelernter, repetitiver und vor allem vermutlich unterbezahlter Tätigkeiten für einigermaßen denkbefähigte Menschen ohne den eigenen Aufenthaltsstatus nun nicht gerade als ein Sechser im Lotto erscheint, sind die Münchner JungunternehmerInnen gerne bereit, in dieser Hinsicht Abstriche zu machen – solange es sie halt nicht selbst betrifft. Ohne sich in schmerzhafte Widersprüche zu begeben, preist man da die Vorteile an, die diese besonders soziale Form der Ausbeutung für die potentiellen Arbeitgeber hat. Diesen werden hochmotivierte und gewissenhaft vorsortierte Arbeitskräfte versprochen.

Der zynische Charakter des Versprechens, die potentiellen Gehilfen hätten ein “mehrstufiges Aufnahmeverfahren” durchlaufen, schlägt natürlich in Hinblick auf den Slogan der fraglichen Kampagne voll durch: “soft skills can come the hard way.” Die Assoziation zu Schlingensiefs Projekt “Ausländer raus!” liegt nahe, das im Jahre 2000 während des aggressiv rassistischen FPÖ-Wahlkampfes ins Leben gerufen wurde: Nach dem Vorbild der Realityshow “Big Brother” konnten die Zuschauer Asylbewerber aus dem Container wählen – und gleich aus dem ganzen Land.

In Zeiten sich stetig verschärfender Prekarität scheint es nicht mehr skurril, den potentiellen Gewinnern von Realityshows statt Traumhochzeiten, Ehemänner und Lieblingsoutfits nun Aufenthaltstitel in Aussicht zu stellen, oder eben Hilfsarbeiterjobs: Wer es geschafft hat, die durch die deutsche Regierung maßgeblich installierten und gewarteten Hürden an Europas Außengrenzen zu überwinden, wer Grenzzäune, libysche Küstenpatrouillen, überfüllte Boote, Flüchtlingslager und physische wie psychische Gewalt überlebt hat und auch die Lageso-Station erfolgreich durchlaufen konnte, kommt in die letzte Runde: die deutsche Bürokratie, die einen großen Teil der verbliebenen Bewerber nach einem unmenschlichen System aussiebt, zwischen lebensbedrohlicher und nicht lebensbedrohlicher, aber nicht zum Flüchtlingsstatus qualifizierender Not unterscheidet, während Geflüchtete in Käffern untergebracht sind, wo der Volkssegen im Allgemeinen noch nicht schief hängt und alles, was man nicht versteht, um den Dorfbrunnen gejagt wird.

Diejenigen, die die Torturen der Flucht, des institutionellen wie gesellschaftlichen Rassismus irgendwie überlebt haben, haben dann, nach Auffassung der Marketinggenies von Social Bee, ihre soft skills genügend unter Beweis gestellt, um sich für irgendwas um die 9 Euro die Stunde von deutschen Firmen ausbeuten zu lassen. Das nennt sich dann Integration. Und da so ein mehrstufiges Aufnahmeverfahren die eigene Bedrohtheit und Prekarität deutlich genug macht, um in Zukunft realistischerweise dankbar sein zu müssen, Straßen zu asphaltieren, sollte man sich ja wohl auch freuen, unter der eigenen Qualifikation beschäftigt zu werden.

Die Integration in eine perverse Gesellschaft kann nicht das Ziel linker Bestrebungen sein, und doch ist sie notwendig Teil ihrer Ansätze. Bei Menschen jedoch, die ernsthaft zustandebringen, Traumata noch etwas positives abzugewinnen und Umgang mit Gewalterfahrungen zu soft skills stilisieren, scheint alle Reflexion zu spät.

Natürlich kann die Zwangslage der angepriesenen Arbeitskräfte nicht offen beworben werden, doch spricht der Subtext der Kampagne für sich: Unsere hochmotivierten Zeitarbeiter sind völlig auf eure Gnade angewiesen und werden naturgemäß zögern, sich über ihre Arbeitsbedingungen zu beschweren. Ob historische Probleme mit letzteren den Münchener Menschenfreunden überhaupt ein Begriff sind, steht freilich zu bezweifeln. Sie haben jetzt ein paar Integrationspreise in ihrem Münchner Büro stehen und können auf langweiligen Afterworkparties nochmal die Geschichte ihres Selbstfindungsjahres in Tansania erzählen. Ja, sie wollen anderen wirklich helfen. Sie sind gute Menschen, deren neoliberal geformte Menschenverachtung so internalisiert ist, dass sie Paternalismus mit Altruismus verwechseln und Anpassung mit Fortschritt.

Die überwiegend positiven Reaktionen auf die Aktion fungieren als Gradmesser für den Stand der Ideologie. Das Ziel der Kampagne, an Anstellungen interessierte Geflüchteten zu ebensolchen zu verhelfen, scheint nicht nur erstrebenswert: Es ist es auch. Doch bei dieser Erkenntnis stehenzubleiben ist ebenso reaktionär wie eine Kritik, die sich mit dem Erkennen des zynischen Charakters der Kampagne begnügt.

Die Integration in eine perverse Gesellschaft kann nicht das Ziel linker Bestrebungen sein, und doch ist sie notwendig Teil ihrer Ansätze. Bei Menschen jedoch, die ernsthaft zustandebringen, Traumata noch etwas positives abzugewinnen und Umgang mit Gewalterfahrungen zu soft skills stilisieren, scheint alle Reflexion zu spät. Ihnen kann man den Grad ihrer eigenen Menschenverachtung schon mal vor Augen führen, wie es ein Facebook-Kommentator getan hat, der durch eine fiktive Modellsituation im Bewerbungsgespräch den zynischen Charakter der Kampagne auf den Punkt brachte: “Konnten Sie schon Foltererfahrung sammeln? Das ist in unserem Betrieb nämlich Voraussetzung.”

© Jungle World Verlags GmbH